

Αθήνα, 30 Νοεμβρίου 2020

**Δήλωση του Προέδρου της ΕΣΕΕ Γ. Καρανίκα για την Έρευνα του ΙΝ.ΕΜ.Υ – ΕΣΕΕ και την Black Friday**

Η έρευνα του ΙΝ.ΕΜ.Υ – ΕΣΕΕ καταγράφει την επίπονη προσπάθεια ψηφιακής μετάβασης του ελληνικού εμπορίου σε συνθήκες παρατεταμένης αβεβαιότητας και ασφυκτικής έλλειψης ρευστότητας . Όλο και πιο πολλές μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις υιοθετούν μεθόδους ηλεκτρονικών πωλήσεων ή δέχονται παραγγελίες τηλεφωνικά, αμέσως μετά το πρώτο lockdown έως και σήμερα. Ο αγώνας για τον εμπορικό κόσμο είναι διπλός: Αφενός να αναπληρώσει ένα μέρος από τις πρωτοφανείς απώλειες της χρονιάς και αφετέρου να προλάβει το «τρένο» του ψηφιακού μετασχηματισμού. Ωστόσο, η πλήρης ψηφιοποίηση της εμπορικής επιχείρησης και η εδραίωση της στο ηλεκτρονικό εμπόριο απαιτούν χρόνο, συνεχή επένδυση κεφαλαίων και ειδικές ψηφιακές γνώσεις και δεξιότητες. Γι’ αυτό και προωθητικά event όπως η Black Friday αποτελούν προνομιακό πεδίο για τις κεφαλαιακά εύρωστες και ψηφιακά προηγμένες, εγχώριες και πολυεθνικές επιχειρήσεις. Φέτος ο τζίρος της Black Friday ήταν σαφώς μειωμένος λόγω του lockdown. Παρά την αυξημένη συμμετοχή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τη μερίδα του λέοντος στις πωλήσεις κράτησαν ξανά οι μεγάλες επιχειρήσεις που διέθεσαν μεγάλα ποσά για διαφημιστική εκστρατεία στην τηλεόραση και το Διαδίκτυο. Από τη συνδυαστική ερμηνεία των στοιχείων της έρευνας του ΙΝ.ΕΜ.Υ και των αποτελεσμάτων της Black Friday καθίσταται σαφές ότι απαιτείται από την Πολιτεία ακόμη μεγαλύτερη αποφασιστικότητα προκειμένου να αμβλυνθούν οι επιπτώσεις της πανδημίας και για να αποτελέσει ο ψηφιακός μετασχηματισμός βιώσιμη στρατηγική επιλογή για όλο το ελληνικό εμπόριο. Χρειάζονται εμπροσθοβαρείς αποφάσεις, ώστε να μη χαθεί χρόνος στην εκταμίευση των κονδυλίων του ευρωπαϊκού Ταμείου Ανάκαμψης και του ΕΣΠΑ, που προορίζονται για προγράμματα ψηφιοποίησης επιχειρήσεων και αναβάθμισης των ψηφιακών δεξιοτήτων εμπόρων και εργαζομένων. Πέρα από την προφανή της σημασία για την οικονομία και την απασχόληση, η ισχυρή παρουσία μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων στο e - commerce θα είναι η ασπίδα προστασίας του υγιούς ανταγωνισμού και των καταναλωτών, διασφαλίζοντας μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων, ακόμα καλύτερη ποιότητα, περισσότερες ευκαιρίες και πραγματικές προσφορές.